



Paris, le 5 février 2020

## C'était comment la vie avant les avis ?

**Nous nous fions tous aux commentaires d'internautes pour acheter à peu près tout**

Le numérique a changé nos mentalités de consommateurs. Notre vie fonctionne à l'avis. La plateforme Immodvisor a compilé plusieurs enquêtes d'opinion sur le sujet. Il apparaît que 78% des consommateurs font autant confiance aux avis en ligne qu'aux recommandations personnelles de leur entourage, selon une étude réalisée par Bright Local<sup>(1)</sup>. Cela vaut aussi bien pour un film qui vient de sortir, un nouveau modèle de voiture, que pour un logement, voire un programme immobilier tout entier. En effet, dans la pierre désormais, 90% des achats commencent par une visite sur Internet.



Certes, le doute subsiste : selon une autre étude de Newswire<sup>(2)</sup>, 37% des internautes estiment que les avis publiés sont douteux. En revanche, 87% d'entre eux privilégient les avis certifiés par un tiers de confiance. De même, 83% des consommateurs sont prêts à s'investir en associant une preuve d'achat à la publication de leur avis. De sorte que le flux de commentaires ne risque pas de se tarir, puisqu'il est auto-alimenté par les contributions de celles et ceux qui se connectent pour les lire !

<sup>(1)</sup> Etude Bright Local : <https://www.brightlocal.com/research/local-consumer-review-survey/>

<sup>(2)</sup> Etude Newswire : [Source : https://www.generation-nt.com/quand-gestionnaires-eur-avisclients-parviennent-plus-newswire-1970106.html](https://www.generation-nt.com/quand-gestionnaires-eur-avisclients-parviennent-plus-newswire-1970106.html)



Contact Presse Galivel & Associés

Relations Presse Immobilier

Carol Galivel / Kevin Lancien - 01 41 05 02 02

21-23, rue Klock – 92110 Clichy - galivel@galivel.com - <http://www.galivel.com>

Quand ces avis sont bien gérés, le modèle est vertueux pour tous : le consommateur final achète en toute connaissance de cause, car il est mieux informé. Tandis que les entreprises ainsi notées gagnent en visibilité. Leur marché s'élargit, leurs performances aussi. D'autres études<sup>(3)</sup> mentionnées par Immodvisor font apparaître que la rentabilité des entreprises notées entre 3,5 et 4,5 est supérieure à celles qui sont à moins de 3,5. Preuve enfin de l'impact du principal moteur de recherche : une faible note sur Google impacte considérablement le bénéfice net.

#### À propos de IMMODVISOR

Créée en 2014, Immodvisor accompagne les professionnels de l'immobilier dans la gestion de leur e-réputation. Spécialistes à la fois des métiers de l'immobilier et du digital, cette start-up nantaise a créé une solution unique de recueil et de diffusion d'avis clients contrôlés s'appuyant sur la sécurisation de la technologie blockchain. Grâce à cette solution, les entreprises augmentent leur visibilité sur la 1<sup>re</sup> page de Google et trouvent dans le témoignage de leurs clients le meilleur outil commercial pour convaincre leurs prospects. 8000 sociétés utilisent cette solution et ainsi intensifient leur présence sur Internet et augmentent directement leur chiffre d'affaires. Immodvisor est aussi à l'origine du 1<sup>er</sup> site d'avis client certifié Afnor dédié aux secteurs de l'immobilier et de l'habitat : immodvisor.com.. Véritable tiers de confiance, immodvisor.com a pour vocation d'aider les Français à bien choisir leurs partenaires immobiliers.

---

<sup>(3)</sup> Etude Womply : <https://www.womply.com/impact-of-online-reviews-on-small-business-revenue/>  
Etude ReviewTrackers : <https://www.reviewtrackers.com/reports/online-reviews-survey/>



---

Contact Presse **Galivel & Associés**

**Relations Presse Immobilier**

**Carol Galivel / Kevin Lancien - 01 41 05 02 02**

21-23, rue Klock – 92110 Clichy - galivel@galivel.com - <http://www.galivel.com>